

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	6
Tabellenverzeichnis.....	7
Anhangverzeichnis.....	8
1. Einleitung.....	9
1.1. Hinführung zum Thema.....	9
1.2. Grundbegriffe und Definitionen.....	10
1.2.1. Begriff der Kundenkarte.....	10
1.2.2. Abgrenzung zum Kundenclub.....	10
1.2.3. Definition Bonusprogramm.....	11
2. Kundenbindung über Kundenkarten.....	13
2.1. Definition Kundenbindung.....	13
2.2. Messung von Kundenbindung.....	13
2.3. Funktionen von Kundenkarten.....	14
2.4. Multi-Partner-Programme vs. Single-Karten-Programme.....	16
2.5. Größte Kundenkartenanbieter in Deutschland.....	17
3. Kundenbindung über Online-Bonusprogramme.....	20
3.1. Funktionsweise.....	21
3.2. Größte Online-Bonusprogramme in Deutschland.....	21

4. Datenschutz bei Kundenkarten.....	23
4.1. Einwilligungserklärung.....	23
4.1.1. Inhalt der Einwilligungserklärung.....	23
4.1.2. Opt-In und Opt-Out Prinzip.....	25
4.1.3. Double Opt-In Prinzip.....	28
4.1.4. Urteile des Bundesgerichtshofs.....	28
4.2. Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes	31
4.3. Analyse der größten Kundenkartenanbieter.....	34
4.3.1. Papierbasiertes Anmeldeformular.....	34
4.3.1.1. Kriterien der Analyse.....	34
4.3.1.2. Tabellarischer Vergleich.....	35
4.3.1.3. Erläuterung und Zwischenfazit.....	38
4.3.2. Datenverarbeitung und –Nutzung.....	42
4.3.2.1. Kriterien der Analyse.....	42
4.3.2.2. Tabellarischer Vergleich.....	43
4.3.2.3. Erläuterung und Zwischenfazit.....	46
4.3.3. Weitere Kundenkartenanbieter.....	50
5. Datenschutz bei Online-Bonusprogrammen.....	54
5.1. Datenschutz im Internet.....	54
5.2. Online-Anmeldeformular.....	55
5.2.1. Tabellarischer Vergleich.....	55
5.2.2. Erläuterung und Zwischenfazit.....	57
5.3. Datenverarbeitung und –Nutzung.....	59

5.3.1. Tabellarischer Vergleich.....	59
5.3.2. Erläuterung und Zwischenfazit.....	62
6. Befragung von Nutzern zum Datenschutz bei Kundenkarten & Online-Bonusprogrammen.....	65
6.1. Ziel der Befragung.....	65
6.2. Methodisches Vorgehen & Grenzen der Untersuchung.....	65
6.3. Struktur der Stichprobe.....	66
6.4. Auswertung und Interpretation der Daten.....	66
6.4.1. Rolle des Datenschutzes bei Kundenkarten aus Nutzersicht.....	66
6.4.2. Datenschutzrolle bei Online-Bonusprogrammen aus Nutzersicht.....	70
6.4.3. Vergleich Kundenkarten- und Online-Bonusprogrammnutzer.....	72
7. Fazit.....	77
Literatur- und Quellenverzeichnis.....	80
Anhang.....	84
Stichwortverzeichnis.....	103